

Cadeaux & Invitations

Politique



LE GROUPE LA POSTE

Pourquoi développer au Groupe La Poste une politique Éthique et Déontologie relative aux Cadeaux et Invitations ?

Le Groupe La Poste est soucieux de préserver son image d'éthique et d'intégrité et de la promouvoir publiquement à l'intention de ses parties prenantes. C'est dans l'optique de s'aligner sur les meilleures pratiques des entreprises recommandées par les organisations internationales que le Groupe a décidé de renforcer sa politique « Cadeaux et Invitations ».

Celle-ci s'inscrit dans la lutte contre la corruption dans laquelle s'est engagé le Groupe notamment en signant officiellement, dès 2003, les 10 principes du Pacte Mondial des Nations Unies. Le principe n°10 de ce pacte stipule en effet que « les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin ».

La corruption fait partie des 4 risques éthiques prioritaires à gérer aux côtés du non-respect des six valeurs du Groupe La Poste, de l'affaiblissement de l'intégrité de son management et du risque de réputation.

La politique « Cadeaux et Invitations » d'un groupe comme La Poste qui achète chaque année pour plus de 8 milliards d'euros de marchandises, produits et services, va dans le sens d'une meilleure sécurité pour ses achats et ses investissements. Il convient toutefois de préciser que ce guide a pour vocation de s'appliquer à la fois aux cadeaux et invitations reçus, mais également à ceux offerts.

Chaque collaborateur est concerné et doit s'approprier cette politique « Cadeaux et Invitations » afin de renforcer encore le bon climat éthique qui prévaut dans le Groupe La Poste, accélérateur de la confiance de nos parties prenantes et donc, au final, facteur d'une meilleure efficacité économique, financière et sociale pour le Groupe La Poste.



1 Pourquoi développer une politique Cadeaux et Invitations ?

Pour renforcer notre identité de tiers de confiance
Pour protéger les collaborateurs
Pour protéger l'entreprise

2 Bien comprendre les enjeux

Principales notions pour comprendre les sujets liés
aux Cadeaux et Invitations

3 Ce que le Groupe La Poste interdit en matière de cadeaux et invitations

4 En pratique comment agir ?





1 Pourquoi développer une politique Cadeaux et Invitations ?

Pour renforcer notre identité de tiers de confiance

Le Groupe La Poste est une des entreprises dans laquelle les tiers ont le plus confiance.

Cette confiance se construit à partir de l'histoire et de la culture du Groupe La Poste, mais aussi du travail des collaborateurs qui entretiennent des relations de proximité avec leurs clients et plus largement leurs parties prenantes (partenaires, actionnaires, élus, associations...) susceptibles de générer de la confiance.

Or, pour maintenir, et améliorer encore celle-ci, il est essentiel de **prévenir toutes formes de dérives**. Derrière la question des Cadeaux et Invitations, il y a des enjeux forts de réputation.

Un cas de corruption dans une activité ou une filiale même éloignée, pourrait impacter négativement l'ensemble du Groupe.

Aussi, des règles concrètes, précises et uniformes dans le Groupe, sont la meilleure garantie de démontrer notre intégrité et la légitime confiance de nos parties prenantes. Elles permettent de marquer la volonté de l'entreprise sur le fait que notre intégrité et nos valeurs sont essentielles pour nous développer sur le long terme.

La frontière entre pratique de courtoisie et corruption peut parfois être ténue ou mal interprétée. Ce guide a pour vocation de vous aider à faire cette distinction.



Pour protéger les collaborateurs

Les premières personnes exposées aux risques de corruption sont les collaborateurs, dans leur travail au quotidien. Même si l'intensité du risque peut varier selon les postes occupés, tous les collaborateurs sont susceptibles d'y être exposés, souvent de manière inconsciente, que ce soit à travers la réception ou l'octroi de cadeaux ou d'invitations.

Ce guide a donc pour vocation d'apporter des réponses et des informations permettant de prendre des décisions en toute clarté. L'application des règles énoncées ci-après permet aux collaborateurs de se protéger.

Risques en termes de sanctions pour l'entreprise

Les sanctions du délit de corruption pour la personne physique concernée sont très lourdes : **une peine de prison pouvant aller jusqu'à 10 ans, ainsi que 1 million d'euros d'amende lorsque la corruption concerne un collaborateur affecté à l'exercice d'une mission de service public.**

Ces sanctions sont celles applicables en France, il convient de préciser que chaque pays incrimine ce délit de manière différente, parfois bien plus sévèrement.



LES CONDAMNATIONS D'ENTREPRISES SONT NOMBREUSES ET LES SANCTIONS SONT DIVERSES.

Voici quelques exemples :

- > Une multinationale allemande pour **1,4 milliard de paiements indus**: licenciement de 90% du top management avec des peines de prison et plus de 1.6 milliard de dollars d'amendes (auxquels s'ajoutent encore les frais de justice, d'enquêtes,...).
- > Un entrepreneur immobilier en France pour un versement de 15 000 € : 2 ans de prison, 50 000 € d'amende et 2 000 € de dommages et intérêts.
- > Une société d'ingénierie aux USA pour le surclassement non autorisé d'un billet en 1^{ère} classe, l'achat du billet et des frais de séjour de l'épouse d'un agent public égyptien (50 k\$) : 400 000 \$ d'amende.



Pour protéger l'entreprise

A travers leurs actes, les collaborateurs véhiculent au quotidien l'image du Groupe La Poste. Ainsi, les comportements non-éthiques impacteront directement l'entreprise dans son ensemble. En effet, l'image est un actif financier de l'entreprise qui lui assure sa réputation et sa « recommandabilité » auprès de ses salariés, ses partenaires, clients ou organismes prêteurs. Il y a donc un lien direct avec sa performance et son développement.

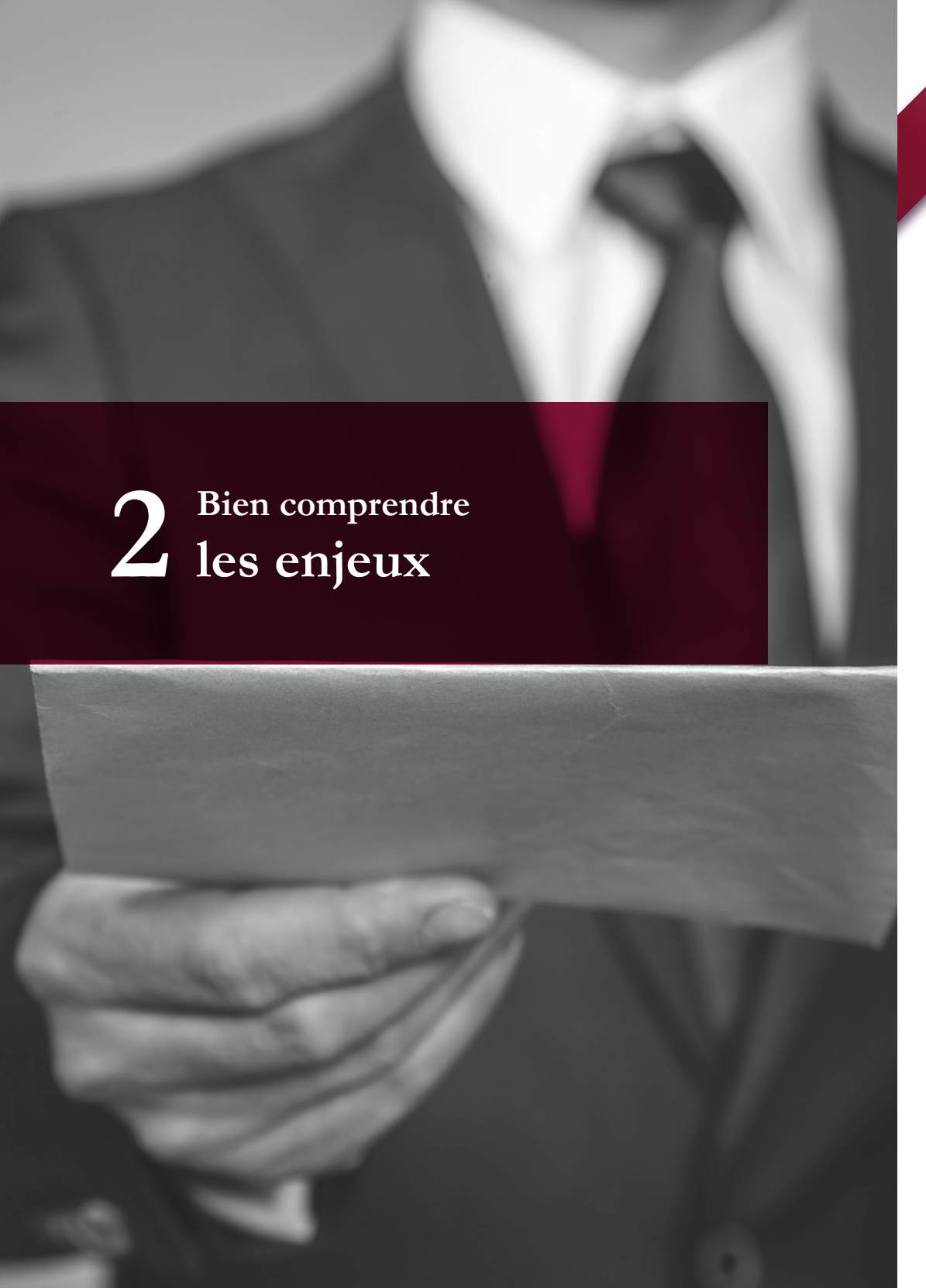
La réputation est un des fondements de la compétitivité de notre entreprise. Les fournisseurs, les clients et les investisseurs se tournent plus volontiers vers un groupe dont l'intégrité n'est pas remise en question. Or, la pratique d'actes déontologiquement douteux entraîne inéluctablement une baisse de la confiance.

Risques en termes de sanctions

C'est tout d'abord la responsabilité pénale qui est en jeu. En effet, les **personnes morales** peuvent tout à fait être poursuivies pour des actes de corruption et encourent, **en France, jusqu'à 5 millions d'euros d'amende**.

Mais, les lois étrangères extraterritoriales en matière de lutte contre la corruption (Bribery Act en Grande Bretagne et Foreign Corrupt Practices Act ou FCPA aux États Unis) peuvent également être appliquées aux fautifs qui ont un lien professionnel ou personnel avec ces pays.





2 Bien comprendre les enjeux

Principales notions pour comprendre les sujets liés aux Cadeaux et Invitations

€ ACTE DE CORRUPTION

► DÉFINITION

Corruption passive (recevoir)

Une personne investie d'une fonction déterminée, publique ou privée, sollicite ou accepte un don, offre ou promesse pour accomplir, retarder ou omettre d'accomplir un acte entrant dans le cadre de ses fonctions, sa mission ou son mandat.

Corruption active (donner)

Une personne physique ou morale obtient ou essaie d'obtenir, moyennant des dons, des promesses ou avantages, d'une personne exerçant une fonction publique ou privée, qu'elle accomplisse ou retarde ou s'abstienne d'accomplir ou de retarder un acte de sa fonction ou un acte facilité par elle.

► ENJEUX

Faciliter l'obtention d'un marché, convaincre un client, accélérer certaines démarches administratives, ...

► RÉFÉRENCES

- > Art 432-11, Code pénal : corruption passive (corrompu)
- > Art 433-1, Code pénal : corruption active (corrupteur)

Deux lois extra territoriales :

- > Foreign Corrupt Practices Act
- > United Kingdom Bribery Act



Principales notions pour comprendre les sujets liés aux Cadeaux et Invitations



CADEAUX

► DÉFINITION

Avantage matériel offert dans le cadre d'une relation sociale dont la valeur peut fortement dépendre des circonstances (niveau de vie, contexte...) et des personnes.

► ENJEUX

L'entreprise peut offrir ou recevoir légitimement des cadeaux dans le cadre des relations sociales qu'elle entretient avec ses parties prenantes. Parfois, cet avantage peut être considéré comme visant l'obtention d'une faveur indue. La question du montant raisonnable pourra être aussi interrogée.

► EXEMPLE

Offrir un cadeau à un agent officiel afin de faciliter certaines démarches.



INVITATIONS

► DÉFINITION

Avantage immatériel destiné à témoigner de l'attention que l'on porte à autrui dont la valeur dépend des hôtes et des circonstances.

► ENJEUX

Une invitation offerte ou reçue peut tout à fait être légitime si elle reste dans un cadre professionnel et d'un montant raisonnable. Au-delà, elle peut être interprétée comme un acte visant à obtenir une faveur indue.

► EXEMPLE

Invitation de tous les membres de la famille d'un client potentiel à assister à un événement sportif dans une loge.

Le moment où l'invitation est faite peut laisser penser qu'il s'agit d'une volonté d'influer sur la décision, donc s'abstenir d'une invitation avant ou pendant un appel d'offres.



Principales notions pour comprendre les sujets liés aux Cadeaux et Invitations

+ AVANTAGES INDUS

► DÉFINITION

Avantage conféré en infraction avec les obligations légales.

► ENJEUX

Le bénéficiaire voit sa position s'améliorer par rapport à celle qui était la sienne avant la commission de l'infraction, cette amélioration résultant d'une infraction à certaines obligations.

► COMMENTAIRES ET EXEMPLE

- > Généralement d'ordre économique ou financier. Mais, peut également être immatériel (argent, vacances, repas, promotion,...).
- > Offrir 500 € pour obtenir de quelqu'un, une information confidentielle relative à un appel d'offres. L'information confidentielle est ici l'avantage indu.





3 Ce que le Groupe
La Poste interdit

Ce que le Groupe La Poste interdit

- ▶ Le non-respect des lois ainsi que des règles propres au Groupe La Poste (*Règlement Intérieur*),
- ▶ L'octroi ou la perception d'une somme d'argent, ou de tout autre chose de valeur, dans le but d'obtenir un avantage indu ou d'influencer une décision,
- ▶ L'octroi ou la réception d'un cadeau sortant du **cadre professionnel**, d'une **valeur non raisonnable** ou de manière trop fréquente (*Cf. encadré*),
- ▶ L'octroi ou la réception des cadeaux dans un moment stratégique (*Appel d'offres, signature d'accords, vote...*),
- ▶ La dissimulation des cadeaux ou invitations,
- ▶ La réception ou la fourniture d'un cadeau ou invitation sans autorisation préalable (*lorsque celle-ci est nécessaire*).

CADRE PROFESSIONNEL

Le cadeau doit, être offert dans le cadre de l'activité, par exemple une sacoche logotypée La Poste lors de d'une conférence avec des clients ou prospects.

L'invitation d'un client, par exemple voyage et hôtel compris - doit être exclusivement motivée par une activité professionnelle (réunion, présentation d'un produit ou service....). Il doit donc inclure une majorité de temps de travail en présence des collaborateurs impliqués sur le travail ou les prestations liant les deux entreprises ou organisations.

VALEUR RAISONNABLE

Ce point doit être apprécié en tenant compte des lois en vigueur, du niveau de vie local ... c'est-à-dire l'ensemble des éléments de contexte permettant d'apprécier le caractère raisonnable d'une invitation, d'un cadeau... Cette notion est particulièrement importante dans l'application de la politique Cadeaux et Invitations à l'étranger.





4 En pratique comment agir ?

En pratique comment agir ?

Lorsqu'une situation à risque se présente ou lorsqu'il vous semble difficile d'arbitrer, il est utile de structurer sa réflexion autour d'un questionnement permettant de filtrer les actes acceptables ou non, éthiquement parlant :

1 Est-ce légal ?

Prendre en compte la législation locale ou les risques liés aux lois extraterritoriales si cela est pertinent.

 **Si oui**, poursuivre le questionnement

 **Si non**, stopper et contacter votre Directeur Juridique.

2 Est-ce en accord avec la politique du Groupe en matière de cadeaux et d'invitations ?

 **Si oui**, poursuivre le questionnement

 **Si non**, stopper.

3 Est-ce raisonnable ? Est-ce professionnel ?

Prendre en compte le contexte : niveau de vie, habitude en la matière à ce niveau de poste et pour ce type de destinataire.

Définir le cadre professionnel dans lequel ce cadeau ou cette invitation se déroule : sur le lieu de travail, avec des collaborateurs impliqués dans les échanges contractualisés, quels bénéfices sous-jacents (promotion ou obtention d'un avantage indu).

Y-a-t-il des enjeux en cours avec l'autre partie ?
(S'assurer qu'il n'y a pas d'appel d'offres en cours,...)

 **Si oui**, poursuivre le questionnement

 **Si non**, stopper.



En pratique comment agir ?

4 Ai-je l'autorisation d'accepter ou d'offrir ce cadeau ou ce service ?

S'assurer que le montant ou le contexte entourant le cadeau ou l'invitation ne nécessitent pas l'autorisation de chef de service.

👍 **Si oui**, poursuivre le questionnement

🗨️ **Si non**, stopper et contacter votre direction juridique.

5 Cet acte sera-t-il bien inscrit dans les registres comptables?

L'enregistrement de l'acte en comptabilité montre qu'il n'y a pas de volonté ou d'intention de corrompre.

👍 **Si oui**, a priori la situation dans laquelle vous vous trouvez, ne présente aucun risque. Toutefois si vous voulez en avoir la certitude :

- Demandez à votre chef de service
- Sollicitez votre déontologue*

🗨️ **Si non**, stoppez.



TEST DE CONTREPARTIE OU RÉCIPROCITÉ

Un point de repère pour évaluer le caractère raisonnable d'un cadeau reçu est de s'interroger sur l'hypothèse dans laquelle nous souhaiterions offrir une contrepartie. S'il semble difficile d'offrir un cadeau d'une valeur équivalente au regard du contexte et du niveau de vie du pays (coût trop élevé, demande d'autorisation nécessaire,...), celui-ci n'est pas raisonnable.



RÉVISONS NOTRE CODE !

**UN FOURNISSEUR SOUHAITE
VOUS OFFRIR CE JOLI CABRIOLET :**

- A. VOUS ACCEPTEZ EN LE REMERCIANT**
- B. VOUS REFUSEZ CATÉGORIQUEMENT**
- C. VOUS AURIEZ PRÉFÉRÉ UN CAMPING-CAR**



**BESOIN D'AIDE ?
CONSULTEZ VOTRE DÉONTOLOGUE !**

LE GROUPE // ethique@laposte.fr

LE NUMÉRIQUE // ethique-numerique@laposte.fr

LA BANQUE POSTALE // alerte.deontologie@labanquepostale.fr

LE RÉSEAU // ethique-reseau@laposte.fr

SERVICES - COURRIER - COLIS // ethique-courrier@laposte.fr

POSTE-IMMO // referent.ethique@poste-immo.fr

GEOPOST // ethics@geopostgroup.com



**Pour compléter la
Politique Cadeaux et Invitations,
veuillez consulter le Mode d'emploi.**



Pour trouver des
informations complémentaires,
consultez l'intranet
Ethique et Déontologie :

www.ethique-deontologie.log.intra.laposte.fr





LE GROUPE LA POSTE

PÔLE DÉONTOLOGIE
CP V 212
44 BOULEVARD DE VAUGIRARD
75757 PARIS CEDEX 15
ethique@laposte.fr